

# BAB I

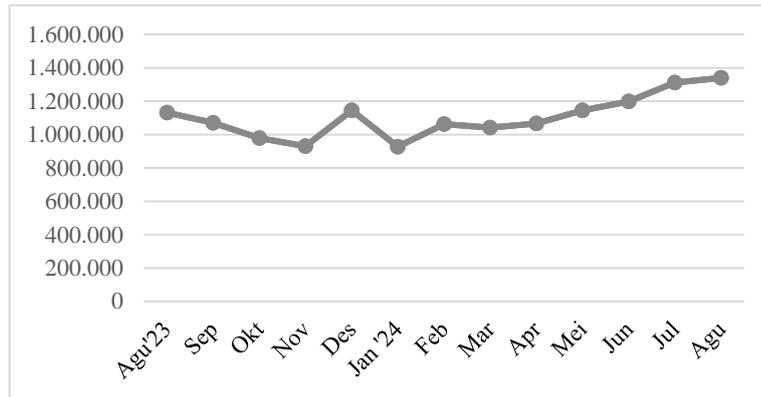
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia seperti archipelagic state yang makmur akan keanekaragaman alam, budaya serta tradisi. Kekayaan ini membuka peluang besar untuk pengembangan sektor pariwisata yang memiliki potensi yang sangat menjanjikan. (Setyanto, T. J., Sanjaya, L. R., & Rusmini, A. 2024). Pada Saat ini, pariwisata telah menjadi satu diantara sektor lain yang berkontribusi signifikan terhadap pendapatan baik ditingkat global maupun nasional. Selain meningkatkan pendapatan negara, sektor ini juga membawa berbagai dampak positif, seperti pelestarian budaya dan lingkungan, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan infrastruktur.

Pariwisata adalah kegiatan bepergian yang bertujuan untuk memperoleh kesenangan, kepuasan, kesehatan, pengetahuan, ziarah, menjalankan tugas, beristirahat, dan berbagai tujuan lainnya (Pradini, et al., 2023). Saat ini, industri pariwisata mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh kebutuhan manusia akan hiburan untuk menghilangkan rasa lelah akibat aktivitas rutin sehari - hari. Selain itu, sektor pariwisata memiliki peranan yang krusial dalam kemajuan ekonomi di Indonesia.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat kompleks dan terfragmentasi, mencakup berbagai subsector dan rantai pasok yang saling terkait. Keberadaan sektor ini sulit untuk diukur dan didefinisikan secara pasti terutama karena sifatnya yang dinamis dan terus berkembang seiring dengan perubahan tren pariwisata dari tahun ke tahun (Yakup & Haryanto 2021). Pertumbuhan sektor pariwisata juga dapat dilihat pada diamati secara jelas melalui data statistik, seperti jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang jumlahnya terus bertambah seiring berjalannya waktu sebagaimana ditunjukkan pada gambar statistik berikut. Data ini yang mencerminkan pentingnya sektor pariwisata berperan sebagai pendorong utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara.



**Gambar 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara**

Sumber: Badan Pusat Statistik diolah kembali oleh Pusdatin Kemenparekraf.

Berdasarkan data di atas, total kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada periode Januari hingga Agustus 2024 mencapai 9.092.856 kunjungan, meningkat 20,38% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, yaitu sebanyak 7.553.292 kunjungan. Peningkatan ini tidak lepas dari peran destinasi pariwisata yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Destinasi pariwisata merupakan daerah tujuan pariwisata yang didalamnya terdapat beberapa komponen yang bertujuan untuk menarik wisatawan dan memberikan pengalaman berkualitas. Pendekatan 4A atraksi, aksesibilitas, amenitas, aktivitas dianggap sebagai kerangka kerja yang efektif dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi pariwisata (Anggra, et al 2024). Atraksi wisata menjadi magnet terpenting untuk menarik wisatawan mengunjungi destinasi. Menurut Hapsari (dalam Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. 2020) Semakin optimal penerapan konsep 4A suatu destinasi pada sebuah destinasi, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk datang.

Menurut Gayatri dalam (Bulan, et al. 2021) Motivasi juga memainkan peran krusial bagi para wisatawan dalam memilih dan menetapkan destinasi yang hendak mereka datangi. Motivasi merupakan dorongan internal yang membuat wisatawan ingin melakukan perjalanan kesuatu tempat (Mularsari, 2022). Motivasi dapat bermacam macam mulai

dari keinginan relaksasi, petualangan, belajar budaya, atau untuk tujuan pribadi.

Menurut Ukaj & Prof dalam (Dewi, N. P. D. M., et al, 2021) pemasaran langsung yakni strategi yang dirancang demi menciptakan komunikasi interaktif antara perusahaan dan konsumen. Tujuan utamanya adalah membangun hubungan yang lebih dekat antara perusahaan dan pelanggan sehingga dapat mendorong respons langsung. Sedangkan Asman Abnur et al. (2023) mengungkapkan bahwa pemasaran yang efektif dapat meningkatkan niat kunjungan wisatawan. Efektivitas pemasaran sangat bergantung pada cara penyampaian informasi dan sejauh mana informasi tersebut relevan dengan audiens yang menjadi target.

Hal tersebut juga diperkuat dengan pendapat Firmansyach, Y. F. N., & Marhendi, M. (2024) Promosi yang dilakukan secara optimal mampu mendorong keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap berbagai aspek pembangunan sekitar destinasi.

Kota Depok adalah satu diantara daerah yang terletak di Provinsi Jawa Barat dan memiliki peranan penting sebagai penghubung antara Jakarta, kota besar, dan Kota Bogor. Walaupun Kota Depok hanya penghubung dari kedua Kota tersebut, Depok memiliki potensi pariwisata yang cukup beragam yang tercermin dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung disetiap tahunnya. Dapat dilihat dari tabel banyaknya perjalanan wisata di Kota Depok berikut.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Depok**

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata					
Wisatawan Mancanegara			Wisatawan Nusantara		
2021	2022	2023	2021	2022	2023
150	446	230	1.242.195	2.259.408	3.210.403

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Menurut Badan Pusat Statistik Jawa Barat, jumlah kunjungan wisatawan di Kota Depok dari tahun 2021 sampai 2023 menunjukkan

peningkatan yang sangat positif, dengan kenaikan kunjungan disetiap tahunnya maka dapat membuktikan bahwa potensi pariwisata di Kota Depok sangat beragam dan dikembangkan dengan sangat baik.

D’Kandang Amazing Farm termasuk satu di antara sekian banyak objek rekreasi edukatif yang berlokasi di Depok. yang terletak di Jalan Penarikan Rt 01 / 02, Pasir Putih, Sawangan, Depok. Destinasi yang mengusung tema agrowisata dengan tujuan mengedukasi pengunjung terutama anak – anak, mengenai pertanian, peternakan, dan lingkungan. Terdapat atraksi yang cukup lengkap di objek wisata D’Kandang Amazing Farm seperti Outbound, peternakan edukatif, berkuda, berkebun, membuat kerajinan dan lain sebagainya. Pegunjung objek wisata ini datang dari beragam kalangan, mulai dari kanak– kanak hingga berumur. Berikut jumlah pelancong di Objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok.

**Tabel 2. Jumlah Pengunjung D’kandang Amazing Farm 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
Januari	3340
Februari	3150
Maret	2185
April	2571
Mei	3945
Juni	4315
Juli	3173
Agustus	4873
September	2551
Oktober	5142
November	7358
Desember	5705
<b>Total</b>	<b>41057</b>

Sumber: D’kandang Amazing Farm

Dari data yang ada, dapat dilihat bahwa pengunjung D’Kandang Amazing Farm mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Seperti pada bulan November jumlah kunjungan mencapai 7.358 wisatawan, sedangkan pada bulan Maret jumlah kunjungan mencapai 2.185. Dengan terjadinya ketidakstabilan terhadap jumlah pengunjung, hal ini yang harus menjadi perhatian dan tantangan bagi pengelola D’Kandang Amazing farm untuk terus konsisten meningkatkan kunjungan setiap bulannya. Salah satu penyebab ketidakstabilan keputusan berkunjung adalah banyaknya destinasi yang serupa yang menawarkan daya tarik sebanding atau lebih menarik.

Mengenai dengan peristiwa itu, peneliti merasa tertarik untuk menjalankan kajian lebih mendalam mengenai keputusan wisatawan dalam memilih untuk berkunjung. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain atraksi wisata (X1), motivasi wisatawan (X2), serta strategi pemasaran langsung (X3) maka peneliti memilih judul **“PENGARUH ATRAKSI WISATA, MOTIVASI WISATAWAN, DAN DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA D’KANDANG AMAZING FARM DEPOK”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas akan menjadi dasar analisis peneliti terhadap atraksi wisata, motivasi wisatawan, dan direct marketing terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok. Peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut agar penelitian ini memiliki arah yang jelas:

1. Apakah atraksi wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D’kandang Amazing Farm Depok?
2. Apakah motivasi wisatawan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D’kandang Amazing Farm Depok?
3. Apakah *direct marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D’kandang Amazing Farm Depok?

4. Apakah atraksi wisata, motivasi wisatawan dan *direct marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D'kandang Amazing Farm Depok?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D'kandang Amazing Farm Depok.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D'kandang Amazing Farm Depok.
3. Untuk mengetahui *direct marketing* terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D'kandang Amazing Farm Depok.
4. Untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, motivasi wisatawan dan *direct marketing* terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata D'kandang Amazing Farm Depok.

### D. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pembaca, tetapi juga bagi peneliti di masa depan. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini menyampaikan manfaat seperti pembelajaran melalui pengembangan keterampilan dan kompetensi dalam mencari informasi mengenai atraksi wisata, motivasi wisatawan, *direct marketing*, dan pengambilan keputusan berkunjung. Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memperkuat dasar konsep dan prosedur penelitian yang diterapkan dalam pelaksanaan penelitian.

#### 2. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini nantinya dapat menjadi sumber pemberitahuan yang berharga dalam proses pengambilan keputusan terkait kunjungan. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman dan pengembangan teori yang ada. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat memperkuat kemajuan ilmu pengetahuan, terutama di bidang pariwisata.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi objek wisata D’Kandang Amazing Farm mengenai keputusan berkunjung dari segi atraksi wisata, motivasi wisatawan, dan direct marketing. Sehingga dapat memberi solusi yang lebih efektif dalam mengatasi tantangan masa depan dalam keputusan wisatawan yang mengunjungi D’Kandang Amazing Farm.

4. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi sumber referensi yang dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan serta menginspirasi pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

